

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
INGENIERA COMERCIAL**

TEMA:

**LA PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA (PNL), COMO HERRAMIENTA
PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS PYMES DE
TURISMO (AGENCIAS DE VIAJES) DEL DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO**

AUTOR:

CACHIMUEL MORENO CYNTHIA MAGALY

TUTORA:

MOLINA CÓRDOBA ANDRÉS RICARDO

Quito, agosto del 2018

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Cynthia Magaly Cachimuel Moreno, con documento de identificación N° 172272918-1, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titulación sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autora del trabajo de titulación intitulado: "La programación neurolingüística (PNL), como herramienta para mejorar la atención al cliente en las PYMES de turismo (agencias de viajes) del Distrito Metropolitano de Quito", mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniera Comercial, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Firma



Nombre: Cynthia Magaly Cachimuel Moreno

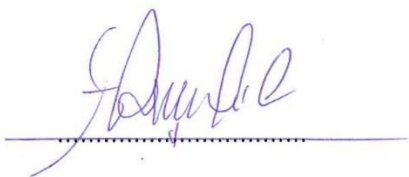
Cédula: 172272918-1

Fecha: Quito, Agosto del 2018

DECLARATORIA DE COAUTORIA DEL DOCENTE

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo de titulación.” La programación neurolingüística (PNL), como herramienta para mejorar la atención al cliente en las PYMES de turismo (agencias de viajes) del Distrito Metropolitano de Quito”, realizado por Cynthia Magaly Cachimuel Moreno, obteniendo un trabajo que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, agosto del 2018

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Andrés', is written over a horizontal line.

Andrés Ricardo Molina Córdova
CI.1710012517

RESUMEN

El Distrito Metropolitano De Quito tiene una gran variedad de lugares turísticos los cuales son aprovechados en su mayoría por las PYMES de turismo, las mismas que de diferentes maneras promocionan estos lugares ,y logran la captación de una gran variedad de turistas, es por esta razón que la presente investigación tiene como esencia el brindar una herramienta que ayude a mejorar la atención al clientes; por lo tanto esta también ayuda a mejorar los ingresos económicos y mejorar su desarrollo interno al aplicar la programación neurolingüística (PNL),ya que esta es una herramienta que permite trabajar de manera directa en el desarrollo de las habilidades comunicativas que posee el ser humano, acompañadas de expresiones vocales y corporales; que al momento de aplicarlas la persona encargada del área de atención al cliente tendrá una mejor captación del interés de los clientes y la aceptación total del servicio que se brindara, así mismo se logra la confianza entre vendedor y cliente; se tendrá en cuenta que con esta herramienta el personal podrá satisfacer las necesidades que los clientes exponen. Otro punto importante que se podrá manifestar es que esta herramienta no solo ayuda a las personas que trabajan en el área de atención al cliente, está también apoya al desarrollo comunicacional de la PYME logrando un trabajo en equipo eficiente y eficaz.

Palabras claves: Programación neurolingüística, atención al cliente

ABSTRACT

The Metropolitan District of Quito has a great variety of tourist places which are mostly used by tourism PYMES, the same ones that promote these places in different ways, and achieve the attraction of a great variety of tourists, for this reason that the present investigation has as essence to offer a tool that helps to improve the attention to the clients; Therefore, it also helps to improve economic income and improve its internal development by applying neurolinguistic programming (NLP). This is a tool that allows us to work directly in the development of communication, that at the moment of applying them the person in charge of the customer service area will have a better grasp of the interest of the clients and the total acceptance of the service that will be provided, likewise we achieve the trust between seller and client; take into account that with this tool the staff will be able to satisfy the needs that the clients exhibit. Another important point that we can show is that this tool does not only help people working in the area of customer service, it also supports the communication development of the PYME, achieving efficient and effective teamwork.

Keywords: Neuro-linguistic programming, customer service

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	II
ABSTRACT	V
ÍNDICE GENERAL.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VIII
1.1 Antecedentes	9
1.1.2 PYMES	9
1.1.3 PYMES de Turismo	9
1.1.4 Programación Neurolingüística (PNL)	10
1.1.5 Terminología de la Programación Neurolingüística (PNL)	11
1.1.6 Atención al cliente.....	12
1.1.7 Atención al cliente en Latinoamérica.....	12
1.1.8 Atención al cliente en Ecuador	13
1.2 Justificación.....	13
1.3 Metodología	15
1.3.1 Método deductivo.....	15
1.3.2 Método inductivo	15
1.3.3 Tipo de investigación	16
1.3.3.1 Investigación descriptiva.....	16
1.3.3.2 Enfoque cuantitativo	16
1.3.3.3 Instrumentos de recolección de información encuesta.....	17
1.3.3.4 Procedimiento para recolección de datos técnica de campo	17

1.3.3.5 Población y muestra	17
1.3.3.6 Tabulación de resultados.....	18
1.3.3. Análisis de resultados.....	18
1.4. Marco Teórico referencial.....	21
1.4.1 Información Referencial.....	21
1.5. Información Referencial de instituciones.....	23
1.6. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	25
1.7. CONCLUSIONES	27
BIBLIOGRAFÍA	29
Anexo 1	32
Encuesta	32
Anexo 2	34
Tabulación De Resultados.....	34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Pregunta N° 1	34
Tabla 2 Pregunta N° 2	35
Tabla 3 Pregunta N° 3	36
Tabla 4 Pregunta N° 4	37
Tabla 5 Pregunta N° 5	38
Tabla 6 Pregunta N° 6	39
Tabla 7 Pregunta N° 7	40
Tabla 8 Pregunta N° 8	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Pregunta N° 1	34
Figura 2 Pregunta N° 2	35
Figura 3 Pregunta N° 3	36
Figura 4 Pregunta N° 4	37
Figura 5 Pregunta N° 5	38
Figura 6 Pregunta N° 6	39
Figura 7 Pregunta N° 7	40
Figura 8 Pregunta N° 8	41

**“LA PROGRAMACIÓN
NEUROLINGÜÍSTICA (PNL),
COMO HERRAMIENTA PARA
MEJORAR LA ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS PYMES DE
TURISMO (AGENCIAS DE VIAJES)
DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO”**

1.1 Antecedentes

1.1.2 PYMES

“Se define a las PYMES como las pequeñas y medianas organizaciones mercantil, industria o de otro tipo, que presenta un número reducido de recurso humano (trabajadores), es importante detallar también que genera ingresos moderados” (Toledano, 2013, pág. 15).

Es importante determinar que las PYMES en Ecuador representan el 42% del total de las empresas, convirtiendo en favorable para el crecimiento de la matriz productiva con la generación de fuentes

de trabajo, reduciendo de esta manera el índice de desempleo.

Es importante detallar su clasificación de acuerdo con el número de trabajos e ingresos anuales;

“Microempresas cuando presentan hasta nueve trabajadores y sus ingresos son mayores a \$100.000, pequeña cuando presentan de 10 a 49 empleados y alcanza \$1millón, mediana “A” de 50 a 99 empleados y sus ingresos pueden alcanzar de \$1.000.001 a \$2000.000, mediana B de 100 a 199 alcanzando ingresos de \$2.000.001 a \$5.000.000 y las grandes empresas tienen 200 empleados en adelante presentando ingresos de \$5.000.001 o más” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2015, pág. 47).

1.1.3 PYMES de Turismo

Las PYMES de turismo, ha permitido que el Ecuador pueda explotar su riqueza natural en sus regiones geográficas como; Costa,

Andes, Amazonia e islas Galápagos permitiendo a los turistas que visitan el país ecuatoriano disfrutar la diversidad de los climas, la cultura en su expresión musical, danza y artes plásticas, por lo tanto se posee un potencial turístico alto, con el apoyo del gobierno central se pudo mejorar los índices de crecimiento de este sector, datos referenciales del (Ministerio de Industrias y Productividad , 2017, pág. 5).

A partir de la década de los noventa el sector turístico se ha convertido en un aporte circunstancial para el desarrollo del país en el aspecto económico y social, pese a las dificultades políticas que existían en ese tiempo y las inversiones no eran las adecuadas para que permita el desarrollo de esta industria. Se determina la importancia de las PYMES de turismo como la alternativa de reactivación económica. “En la actualidad representan

el 90% de las unidades productivas, y lo más importante es que contribuyen con fuentes de empleo en un porcentaje del 60% y participan en un 50% en la producción” (Grupoenroke , 2017).

1.1.4 Programación Neurolingüística (PNL)

La Programación Neurolingüística (PNL), surgió como “una alternativa mejorada de llevar una terapia direccionada a los profesionales, cuya finalidad es ayudar a las personas, se usa para aliviar el estrés y mejorar la confianza del recurso humano, para de esta manera brindar un servicio de calidad” (Eduardo Álvarez, 2013).

Se puede comprender que el PNL, es una metodología que tiene un panorama alto de descubrir patrones de comportamiento que se lleva a cabo de manera inconsciente desviando la información provocando que no se brinde un servicio adecuado, por lo tanto, es primordial

aplicar una herramienta que permita corregir este problema y permita satisfacer las necesidades de los clientes.

La Programación Neurolingüística (PNL) surge a los principios de la década de los setenta, por los investigadores Richard Bandler, Jhon Grinder, Robert Dilts, Leslie Cameron y Judith De Lozier, es importante conocer que la (PNL), no solo se aplica a la tarea psicoterapéutica, sino también en la conducta y la comunicación de las personas y, ayudan a liberar los programas que se ejecutan automáticamente en su interior y que son causantes de problemas, información interpretada por el autor (Piquer, 2013, pág. 12).

La Programación Neurolingüística (PNL), permite vincular los hábitos o

patrones mentales, para todos los actos que se realizan en la vida cotidiana, la importancia radica que a través de este estudio se puede cambiar los hábitos negativos por positivos, es decir que las personas pueden aprender a controlar sus acciones y emociones, bajo estas circunstancias y mejorar la atención al cliente en beneficio de las organizaciones, para su desarrollo económico y social.

1.1.5 Terminología de la

Programación Neurolingüística (PNL)

Es importante definir la terminología de la Programación Neurolingüística (PNL), en base a los conceptos para poder conocer de una forma clara, la herramienta que se puede aplicar en las PYMES de turismo (agencias de viajes), para mejorar la atención al cliente.

Programación: La palabra programación se referencia en los hábitos y a los patrones involuntarios de

comportamientos que presenta cada individuo en su vida cotidiana y, mediante este estudio poder programar y plantear estrategias para mejorar los hábitos de cada persona. **Neuro:** Es parte primordial dentro del estudio permitirá en base a la neurología estudiar la mente y los diferentes sentidos, de esta manera se puede absorber información.

Lingüística: La lingüística se relaciona con el lenguaje que está determinado por los medios de comunicación, es decir, las imágenes, sonidos, sabores, sensaciones y las palabras que se emplean para recordar o predecir un acontecimiento (Malonda, 2014).

1.1.6 Atención al cliente

La atención al cliente es una herramienta que sirve para cuidar a los consumidores de la organización, a través de gestiones de fidelización por la marca. “ para esto se toma en cuenta la historia del comercio y la existencia de la atención al

cliente remonta a más de 150.000 años atrás” (Gartner Research, 2017), es decir al existir un intercambio de mercadería por un valor monetario ya interviene el servicio que es parte clave para cerrar una negociación de manera exitosa, parámetros analizados de acuerdo al autor (Carlos Carreño, 2017). La atención al cliente radica en la importancia que permite obtener a las organizaciones réditos económicos a través de la venta de sus productos o servicios, es primordial el manejo de esta herramienta como forma de “Fidelizar para que el consumidor regrese a adquirir un nuevo producto o servicio, y al mismo tiempo generar una publicidad conocida como boca a boca” (Carlos Carreño, 2017).

1.1.7 Atención al cliente en Latinoamérica

Un estudio de marketing realizado por el autor, sobre la satisfacción al cliente

relacionado con el nivel de atención en los países de México, Colombia, Chile y Perú se pudo determinar que el “74% de los individuos encuestados explican que se basan sus decisiones de consumo exclusivamente comparando el servicio al cliente de cada proveedor, dejando en segundo punto la transcendencia de innovación proporcionada por la organización” (Gartner Research, 2017, pág. 2).

Tomando en cuenta la explicación se puede decir que la mayoría de las personas al adquirir un producto o servicio lo primero que les cautiva para la compra, es la atención que puede brindar el personal de las empresas, los mismo deben ser eficientes para alcanzar los objetivos y metas propuestas por la empresa, para alcanzar un posicionamiento en el mercado.

1.1.8 Atención al cliente en Ecuador

En base a los estudios realizados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), realizado al 7% de la población se determina que las quejas o reclamo en las instituciones públicas es la “falta de información en un 14,3%, con el 15,8% falta de profesionalismo y, con un porcentaje más alto del 24,6% dan a conocer por la falta de comprensión del problema” (Belén Zapata , 2018).

Con este evento analizado se determina que el servicio no es el adecuado por muchos factores, entre los principales se descubre que no se cuenta con un personal capacitado o no conoce la filosofía empresarial como es la misión, visión, valores y objetivos que pretende alcanzar la organización.

1.2 Justificación

El tema planteado se justifica en base al trabajo realizado por el autor Juan Ávila

con su tema “La aplicación de la Programación Neurolingüística (PNL), como herramienta de comunicación para mejorar la atención al cliente”, determinando que es importante implementar una herramienta de comunicación para que exista un manejo interno adecuado dentro de cualquier organización, mismo que permite brindar un servicio de calidad” (Ávila, 2013)

Esta premisa muestra que es importante que las agencias de viajes cuenten con un personal idóneo para satisfacer las necesidades de los turistas potenciales, con estas necesidades se plantea el análisis de la aplicación de La Programación Neurolingüística (PNL), como herramienta para mejorar la atención al cliente, y a través de ello contar con una comunicación interna eficiente que contribuyan a brindar un servicio de calidad hacia los turistas, esta circunstancia también facilita realizar

una publicidad conocida como boca a boca.

También se logró determinar que la mayoría de los visitantes de Quito son de nacionalidad estadounidense, colombiana, española, venezolana, canadiense, alemana, argentina y británica” (Ministerio de Turismo, 2013, pág. 21), por lo que las agencias de viajes deben contar con un personal idóneo para satisfacer las necesidades de los turistas potenciales, con estas necesidades se plantea el análisis de la aplicación de la Programación Neurolingüística (PNL), como herramienta para mejorar la atención al cliente.

Otro aspecto que se toma en cuenta, es que en el Distrito Metropolitano de Quito existen PYMES de turismo que ofrecen servicios muy atractivos, pero por la inadecuada manera de comunicación que estos brindan no logran retener por un tiempo prolongado a los turistas.

Es por esto que es importante que se conozca sobre la Programación Neurolingüística como una herramienta para brindar una mejor atención a los clientes y de la misma manera lograr tener una comunicación más efectiva con el personal de la empresa, lo cual ayudara al desarrollo y crecimiento de la misma. También se logra ayudar al desarrollo personal y empresarial, puesto que esta herramienta ayuda a tener un mejor desempeño del individuo y también el desempeño grupal que es lo que se necesita al momento de realizar la atención al cliente en las agencias de viajes. La propuesta que se plantea no solo ayudara a la persona encargada de la atención al cliente, sino al desarrollo económico, social y empresarial.

1.3 Metodología

1.3.1 Método deductivo

Para la investigación que realizada se aplicó el método deductivo el mismo que permite “él estudio y el enfoque directamente al problema , partiendo de la definición o concepto para estudiar después sus partes o componentes” (Jarrin, 2000) Esta investigación principalmente se basa en una indagación con estimaciones numéricas, las cuales se encuentra en páginas como el INEC o Quito turismo.

1.3.2 Método inductivo

Para el desarrollo de la investigación sobre la incidencia de La Programación Neurolingüística (PNL), como herramienta para mejorar la atención al cliente en las PYMES de turismo (agencias de viajes) del Distrito Metropolitano de Quito, se utilizó el método inductivo que según el autor da

conocer que se “basa en la lógica y estudia hechos particulares, para alcanzar una generalidad” (Cegarra, 2012, pág. 82), mediante el cual se establecerán conclusiones generales del tema de estudio, para esto se toma en cuenta datos que se obtuvieron con temas que tiene un grado de relación con el tema que se está realizando.

1.3.3 Tipo de investigación

1.3.3.1 Investigación descriptiva

“La investigación descriptiva es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de sus partes, categoría o clases de dicho objeto” (Augusto, pág. 11), de esta manera se observará y describirá el comportamiento para establecer las principales causas del problema o la incidencia de La Programación Neurolingüística (PNL), como

herramienta para mejorar la atención al cliente en las PYMES de turismo (agencias de viajes) del Distrito Metropolitano de Quito, es por eso que la investigación descriptiva ayudó a tener una mejor selección de las características fundamentales del objeto que se estudió.

1.3.3.2 Enfoque cuantitativo

A través del enfoque cuantitativo se determinó las incidencias que tiene el estudio de La Programación Neurolingüística (PNL), como herramienta para mejorar la atención al cliente en las PYMES de turismo (agencias de viajes) del Distrito Metropolitano de Quito, por lo que se utilizó la herramienta de encuestas, con los datos encontrados en este instrumento se pudo realizar una discusión de resultados para obtener datos valederos sobre el tema de estudio.

1.3.3.3 Instrumentos de recolección de información encuesta

La encuesta es importante como un procedimiento dentro de una investigación descriptiva en la que se recopila datos valederos para dar a conocer los gustos o preferencias por un servicio o producto, estos parámetros se podrán determinar en una encuesta direccionada a las PYMES de agencias de viajes dentro de del DMQ, para conocer si utilizar una herramienta de gestión como la Programación Neurolingüística (PNL), que se enfoca a brindar un servicio de calidad a los clientes o consumidores.

1.3.3.4 Procedimiento para recolección de datos técnica de campo

Para la presente investigación se aplicó una encuesta a las PYMES de agencias de viajes del Distrito Metropolitano de Quito a estas se las aplica preguntas de

selección múltiple o presuntas cerradas para conocer si utilizan alguna herramienta para satisfacer las exigencias de los clientes y así mismo también se sabrá cómo es la atención que ellos brindan, los datos encontrados se validarán con el sistema de Microsoft office Excel, y los comentarios adicionales que se pueden obtener al realizar la entrevista se tomaran en cuenta en el análisis de los resultados

1.3.3.5 Población y muestra

La población para el estudio se considera a las PYMES de agencias de viajes del Distrito Metropolitano de Quito, mismas que ascienden a un total de 560 agencias de acuerdo con él (Ministerio de Turismo , 2013), al contar con una población alta sería complicado realizar las encuestas al 100%, por lo que es indispensable realizar el cálculo del tamaño de la muestra.

Muestra

Para poder conocer cuál es la cantidad de PYMES a ser encuestadas se procede a la aplicación de la siguiente formula:

$$n = \frac{\frac{z^2 * p(1 - p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 * p(1 - p)}{e^2 N}\right)}$$

$$n = \frac{\frac{1.96^2 * 0.50(1 - 0.50)}{0.05^2}}{1 + \left(\frac{1.96^2 * 0.50(1 - 0.50)}{0.05^2 * 560}\right)}$$

$$n = \frac{384.16}{1.686}$$

$$n = 227.85$$

$$n = 228$$


Número de personas a ser encuestadas

Al realizar el cálculo del tamaño de la muestra, se determina que es necesario realizar 288 encuestas para encontrar datos legítimos para el estudio, mismos que serán aplicadas a las agencias de viajes dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

1.3.3.6 Tabulación de resultados

La realización de las tablas y los gráficos apoyaron a la interpretación y análisis a las encuestas que se realizó a los dueños de las PYMES de agencias de viajes del Distrito Metropolitano de Quito, las mismas ayudaron a tener una percepción más clara sobre el tema que se está desarrollando.

1.3.3. Análisis de resultados

Al momento de realizar la investigación por medio de encuestas se logró conocer que las agencias de viajes pueden decir que el personal con el que las PYMES cuenta se encuentra capacitado en el tema de servicio al cliente con un 52% y el 48% no se siente capacitado para brindar un excelente servicio a los clientes, como dato adicional los dueños de las PYMES aseguran que el personal siente que está capacitado por los largos años de experiencia, pero no tienen un

conocimiento científico o técnico sobre el tema. Para poder conseguir un buen desempeño de los empleados se debe tener en cuenta si los mismos están contando con herramientas necesarias para brindar un servicio de calidad.

Se investigó que un 72% de los dueños de agencias de viajes afirmaron que cuentan con herramientas para brindar un servicio de calidad, al contrario de un 28% el cual manifestó que no cuenta con las suficientes herramientas para poder dar un servicio de calidad, pero conforme van creciendo va implementado las herramientas más actuales que en el mercado se puede aplicar para mejorar sus servicios. De igual manera se investigó si las agencias de viajes del Distrito Metropolitano de Quito manejan un indicador para identificar la satisfacción al cliente, en este caso en la mayoría las empresas manejaban indicadores que es el 61% de la muestra, el restante el 39% manifestó que no maneja indicadores,

porque no tiene un conocimiento técnico de cómo aplicarlos de una manera efectiva., con esto se observa que hay una escasez de conocimientos técnicos en las pequeñas agencias de viajes. Pero que las mismas al momento de presentar inconvenientes con los clientes o en la empresa, ellos si tienen un respaldo del jefe inmediato para solucionar problemas laborales fue en su totalidad afirmativa por el número de empleados ya que este es reducido y pueden apoyo y supervisión total al momento que se presente algún inconveniente laboral.

Otro punto importante fue el conocer si las empresa sabe manejar parámetros adecuados para seleccionar el personal correcto esto se pudo apreciar que se da en empresas medianas del sector turístico que es el 86% y el otro porcentaje hacer referencia a las empresas pequeñas ,ya que por su estructura no cuenta con el área de recursos humanos, pero al momento de contratar a personas para el

área de sus ventas se enfoca en los años de experiencia que este pueda tener en el área de servicios al cliente.

Al igual que en el aspecto sobre si el área de recursos humanos está pendiente de sus colaboradores dio un resultado en el cual, ya sea la mediana o pequeñas empresas los encargados del personal de atención al cliente se enfocan en la manera en la que el mismo brinda la información al cliente y hace llegar el mensaje esto es un 61%, pero el 13% cree que es importante el aspecto de los trabajadores, la manera en la que usa el uniforme o su vestimenta. El 26% restante cree que el empleado debe alinearse a los parámetros establecidos por la empresa para brindar el servicio, es por esto que al exponer cuáles son los aspectos que debería mejorar la organización para satisfacer las exigencias de los clientes, se tomó dos alternativas las cuales que se expuso los dueños de las PYMES los cuales

mostraron cierto grado de importancia; es decir que el 53% cree que el brindar una correcta información y de fácil entendimiento favorece y un 47%, cree que al momento de solventar las quejas que presentan los clientes ayuda a optimizar el servicio brindado, y hacer sentir al cliente que si es importante para el negocio.

Esta investigación indico que es importante que los empleados sigan perfeccionando las habilidades comunicativas para un desarrollo más efectivo con un porcentual de 80% de los dueños de las PYMES que creen que esto ayuda de una manera considerable al desarrollo efectivo en la empresa y un 20% no lo cree. Al momento de realizar las encuestas y poder conversar con las personas supieron manifestar, que no tienen un conocimiento científico sobre la aplicación de las habilidades comunicativas, ya que los empleados las van desarrollando de acuerdo con el

entorno y las cosas que se van presentando en su trabajo diario.

También manifestaron que por la inestabilidad económica y política que el país presenta no se pueden arriesgar a aplicar métodos nuevos o realizar capacitaciones para sus empleados, es por esto que en su gran mayoría utilizan a las personas que tienen conocimientos adquiridos con la experiencia en puestos similares, que ayudan a manejar a los clientes de una mejor manera.

1.4. Marco Teórico referencial

1.4.1 Información Referencial

Según la autora Karen Taipei en su tema **“PNL COMO HERRAMIENTA PARA LA SOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS”** en la que concluyen lo siguiente.

- Dentro de la característica de la aplicación de la herramienta de la Programación Neurolingüística (PNL), ha demostrado generar cambios eficientes en los procesos de atención al cliente que conlleva a mejorar sus ingresos que influye de forma directa en su rentabilidad. (Taipei, 2015)
- Se pudo conocer que es mínima las empresas que utilicen una herramienta de gestión como la Programación Neurolingüística (PNL), por lo que no mejoran sus procesos de producción o servicio. (Taipei, 2015)
- Al aplicar la herramienta de la Programación Neurolingüística (PNL), se mejora la interrelación entre los clientes internos y externos favoreciendo al cumplimiento de los objetivos

que plantea la empresa (Taípe, 2015, pág. 23).

Tomando en cuenta estos parámetros se determina que la herramienta de Programación Neurolingüística, si permite mejorar los procesos de servicio para satisfacer las exigencias de los clientes o consumidores que, realizan la compra de un producto o utilizan un servicio.

El autor Juan Ávila en su trabajo realizado con el tema **“LA APLICACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA (PNL), COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN,** muestra lo siguiente.

- Se da conocer que la mayoría de personas entrevistados no manejan un lenguaje fluido por lo

que se logra establecer una conversación correcta, para dar a conocer un servicio o producto lo que ocasiona que molesta en los clientes o consumidores. (Ávila, 2013).

- Es importante implementar una herramienta de comunicación para que exista un manejo interno adecuado dentro de cualquier empresa y, eso se refleje para brindar un servicio de calidad (Ávila, 2013, pág. 120).

Estos aspectos analizados anteriormente colaboran a comprender que la herramienta de Programación Neurolingüística si tiene influencia en la comunicación de las personas, para de esta manera brindar un servicio de calidad hacia los clientes potenciales de cualquier organización.

El autor Héctor Rhea en su trabajo realizado con el tema **“COMUNICACIÓN INTERNA EFECTIVA DENTRO DE LAS PYMES DE TURISMO, UTILIZANDO LA METODOLOGÍA DE PNL”** determina los siguientes parámetros:

- Se determina que, si una organización que no emplea herramientas de gestión para mejorar el trato a sus clientes se ve afectada en sus ingresos económicos, por lo que es necesario siempre contar con un personal capacitado para brindar un servicio excelente. (Rhea, 2017).
- La Programación Neurolingüística (PNL), es una herramienta que permite mejorar a la comunicación interna entre el

personal y a través de ello brindar un servicio de calidad a los clientes potenciales (Rhea, 2017, pág. 75).

Con estas referencias comprende que al utilizar la herramienta de Programación Neurolingüística favorece a la comunicación interna de la organización haciendo referencia a estos parámetros para brindar un servicio de calidad basado en la comunicación efectiva.

1.5. Información Referencial de instituciones

Para el análisis de la incidencia, La Programación Neurolingüística (PNL), como herramienta para mejorar la atención al cliente en las PYMES de turismo (agencias de viajes) del Distrito Metropolitano de Quito”, se puede obtener información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo **INEC**

(Instituto Nacional de Estadística y Censos , 2015), que permite analizar datos importantes sobre las PYMES. Esta fuente fue muy valiosa para desarrollar la presente investigación.

Otra fuente que brindó información fue la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico en esta página se encuentran datos reales sobre las PYMES de turismo del Distrito, Metropolitano de Quito, los mismo que permiten tomar consideraciones importantes sobre el desarrollo del sector turístico en la ciudad y el impacto que tiene en las personas que visitan la ciudad.

1.6. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Para poder obtener un resultado claro sobre la aplicación de una herramienta interna que es el PNL, se orientó evidentemente a cada uno de estos aspectos que parecen importantes los cuales son las PYMES, la atención al cliente y la Programación neurolingüística, al entender de una manera más clara y obtener resultados reales mediante las técnicas de investigación que se aplicó a estos tres aspectos es decir que en su gran mayoría las PYMES de viajes del Distrito Metropolitano De Quito mantienen un modelo tradicional sobre la atención al cliente; las personas que son dueñas de las PYMES manifestaron que al momento de contratar a una persona para atención al cliente se enfocan en los años de experiencia esto no es malo pero en la actualidad hay empresas grandes que

aplican herramientas nuevas; por lo tanto las PYMES están disminuyendo o no logran retener los clientes. La propuesta que se está presentado es sobre la Programación Neurolingüística (PNL), como herramienta para mejorar la atención al cliente en las PYMES de turismo (agencias de viajes) del Distrito Metropolitano de Quito.

Esta investigación indicó que la Programación Neurolingüística trabaja con las actitudes y los sentidos del ser humano; esta herramienta ayuda al ser humano a mantener una comunicación vocal, visual y corporal, al momento que el ser humano aplica estos puntos puede mantener una comunicación efectiva y emitir un mensaje claro hacia el cliente o las personas con las que está estableciendo una conversación, al momento que las PYMES implementen esta herramienta en las empresas se tendrá resultados considerables como en los indicadores que miden la satisfacción

del cliente al momento de adquirir su servicio y obtener la fidelidad del cliente hacia la empresa, y a su vez se crea una confianza entre cliente y empresa; de esta manera el cliente también ayuda a las PYMES haciendo la famosa publicidad de boca a boca, por cuanto la empresa no tendrá una necesidad tan grande de aplicar campañas publicitarias costosas, las cuales en su mayoría las PYMES no las pueden cubrir; otro punto apreciable en la aplicación del PNL es que esta herramienta no solo favorece a las aéreas de ventas y atención al cliente sino en general a toda la empresa ya que mejora la comunicación entre empleados y se obtiene mejores resultados al trabajar en equipo.

Según las investigaciones realizadas sobre la aplicación de la PNL en otras organizaciones muestran resultados muy favorables en los cuales es notorio un crecimiento económico y un mejor desempeño organizacional de la

empresa, del mismo modo los empleados logran aumentar su autoestima y mejora el desempeño laboral en cada actividad que desarrolla.

El desarrollo de la presente investigación apporto a la comprensión de una manera más real de las PYMES en el sector turístico de quito, estas tiene un ventaja grande, la cual es que la ciudad de Quito está siendo reconocida a nivel mundial ,por este reconocimiento las PYMES tienen que estar en contante implementación de herramientas nuevas que permitan perfeccionar la atención hacia el cliente y de tal forma que se logre brindar servicios de calidad que consigan atraer al turista extranjero y nacional.

1.7. CONCLUSIONES

- Se consiguió determinar las principales debilidades y fortalezas de las agencias de viajes al brindar la atención al cliente, es por eso que se logró apreciar que la aplicación de la Programación Neurolingüística (PNL) apoyara en un porcentaje considerable al desarrollo de las personas que trabajan en el sector de servicios, al igual que mejoraran las relaciones del equipo de trabajo que participan en esta división de la empresa.
- Se analizó la afectación económica que tendrían las agencias de viajes, al brindar un servicio eficiente al cliente o consumidor, es por esto que mediante la investigación realizada se pudo observar que el

Ecuador tiene un crecimiento potencial en el área del turismo en especial en la ciudad de Quito, ya que la misma posee reconocimiento internacional, es por esto que las PYMES deben brindar servicios de calidad en los cuales se fomenta una confianza en el cliente.

- Al realizar este artículo científico se comprendió la forma en la que las PYMES de turismo manejan el área de atención al cliente conjuntamente con la ayuda de los jefes que la controlan, por lo tanto, se comprende que la PNL daría un aporte esencial al desarrollo en el personal de atención al cliente, tanto en una comunicación efectiva, confiable y brindar un mensaje claro al mercado que se está enfocando.
- En relación al objetivo planteado sobre si la Programación

Neurolingüística (PNL), aplicada como una herramienta que ayudara a mejorar la atención al cliente en las PYMES de turismo (agencias de viajes) del Distrito Metropolitano de Quito, será factible, se puede indicar que las empresas no tienen conocimiento sobre los recursos que brinda el PNL , al momento de realizar la investigación de campo y las encuestas se pudo determinar un interés sobre esta herramienta y los beneficios que la misma presenta al momento de ser aplicada, al finalizar toda la investigación de campo y académica, se puede decir que la PNL si es favorable para las PYMES de turismo, y también brindara una ventaja competitiva en el mercado

BIBLIOGRAFÍA

- Augusto, B. C. (s.f.). *Metodología de la Investigación para Administración y Economía*. Educacion Mexico S.A.
- Ávila, J. (12 de Agosto de 2013). *La Aplicación de la Programación Neurolinguística como herramienta de comunicación*. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Católica.
- Belén Zapata . (26 de Abril de 2018). *Atención al cliente con falencias en Ecuador* . Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/04/26/nota/6731814/atencion-cliente-falencias-ecuador>
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación* . Mexico: Pearson Educación .
- Carlos Carreño. (29 de Junio de 2017). *La historia del servicio*. Obtenido de <https://www.brandembassy.com/resources/blog/la-historia-del-servicio-de-atenci%C3%B3n-al-cliente>
- Cegarra, J. (2012). *Los métodos de investigación* . España : Díaz de Santos .
- Díaz, V. (2010). *Diseño y elaboración de cuestionarios* . Madrid : ESIC .
- Eduardo Álvarez. (08 de Septiembre de 2013). *Modelos Teorías*. Obtenido de <http://www.pnlhoy.com/2010/09/modelos-y-teorias.html>
- Gartner Research. (12 de Febrero de 2017). *El éxito y el servicio al cliente* . Obtenido de <https://www.elfinancierocr.com/opinion/el-exito-y-el-servicio-al->

<p>cliente/GQKCNK2Q5ZHADI64 H7VRJDKXCI/story/</p> <p><i>Grupoenroke</i> . (02 de Febrero de 2017). Obtenido de PYMES en Ecuador : http://www.grupoenroke.com/contacto</p> <p>Instituto Nacional de Estadística y Censos . (31 de Mayo de 2015). <i>Empresas y establecimientos</i> . Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/140210%20DirectorioEmpresas%20final3.pdf</p> <p>Malonda, J. (14 de Julio de 2014). <i>¿Qué es la Programación Neurolingüística (PNL)?</i> Obtenido de La Historia de la PNL: http://www.javiermalonda.com/ehc/%C2%BFque-es-la-</p>	<p>programacion-neurolinguistica-pnl/</p> <p>Ministerio de Industrias y Productividad . (10 de Mayo de 2017). <i>Boletín de análisis sectorial de las PYMES</i>. Obtenido de Sector Turismo : tps://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/hsbazo76dbvb0873wkb44e8150dwqs.pdf</p> <p><i>Ministerio de Turismo</i> . (01 de Abril de 2013). Obtenido de Perfil del turista en Quito : https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/concurso/bicentenario/informacion_referencial/B%20QuitoCifras.pdf</p> <p>Ministerio de Turismo . (02 de Abril de 2013). <i>Servicios Turísticos</i> . Obtenido de Quito en cifras : https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/concurso/bicentenario/informacion_referencial/B%20QuitoCifras.pdf</p>
--	--

- so/bicentenario/informacion_referencial/B%20QuitoCifras.pdf
- Nicolás, J. (2011). *Investigación Integral de Mercados*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Piquer, H. (2013). *Introducción a la Programación Neurolinguística*. México : Paidós .
- Rhea, H. (02 de Febrero de 2017). Comunicación interna efectiva dentro de las PYMES de turismo utilizando la metodología PNL . Quito, Pichincha , Ecuador : ESPE .
- Taipe, K. (28 de Abril de 2015). *PNL, como herramienta para solucionar conflictos*. Guayaquil, Guayas , Ecuador : Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Toledano, N. (2013). *Emprendimiento*. España: UOC.
- Torres, B. (2012). *Metodología de la Investigación para Administración y Economía*. Colombia: Pearson Educación.
- Urbano, D. (2011). *Economía y empresa*. España : UOC .

Anexo 1

Encuesta

Diseño de la encuesta direccionado a las agencias de viajes

Objetivo: Conocer las fortalezas y debilidades de la atención al cliente, de las empresas de agencias de viajes.

1. ¿Su personal se encuentra capacitado en el tema del servicio al cliente?

Si ☐

No ☐

2. ¿Usted piensa que su personal cuenta con las herramientas necesarias para brindar un servicio de calidad?

Si ☐

No ☐

3. ¿La organización maneja un indicador para identificar la satisfacción a la cliente?

Si ☐

No ☐

4. ¿Los trabajadores de la empresa tiene un respaldo del jefe inmediato para solucionar problemas de las labores?

Si ☐

No ☐

5. ¿El área de recursos humanos maneja parámetros adecuados para seleccionar el personal correcto?

Si ☐

No ☐

6. ¿En qué aspecto el departamento de recursos humanos está pendiente de sus colaboradores?

En la forma de comunicación con el cliente. ☐

Cuidado personal (Cumplimiento con el uniforme de trabajo). ☐

Cumplimiento de los parámetros de servicio ☐

7 ¿En qué aspecto cree usted que debería mejorar la organización para satisfacer las exigencias de los clientes?

Brindar una información correcta y de fácil entendimiento. ☐

Solventar las quejas que presenta los clientes. ☐

8. ¿Cree usted que es importante que los empleados sigan perfeccionando las habilidades comunicativas para un desarrollo más efectivo en la empresa?

Si ☐

No ☐

AGRADECE SU COLABORACIÓN A ESTA INVESTIGACIÓN

Anexo 2

Tabulación De Resultados

Pregunta N° 1: ¿Su personal se encuentra capacitado en el tema del servicio al cliente?

Tabla 1 Pregunta N° 1

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	109	48%
NO	119	52%
TOTAL	228	100%

Elaborado Por: Cynthia Cachimuel

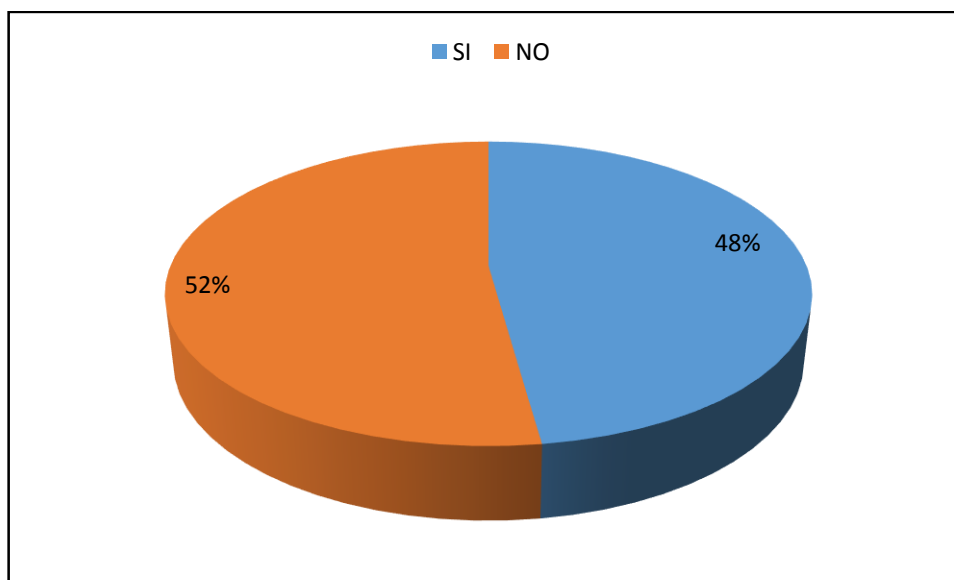


Figura 1 Pregunta N° 1

Elaborado por: Cynthia Cachimuel

Pregunta N° 2 ¿Usted piensa que su personal cuenta con las herramientas necesarias para brindar un servicio de calidad?

Tabla 2 Pregunta N° 2

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	164	72%
NO	64	28%
TOTAL	228	100%

Elaborado por: Cynthia Cachimuel

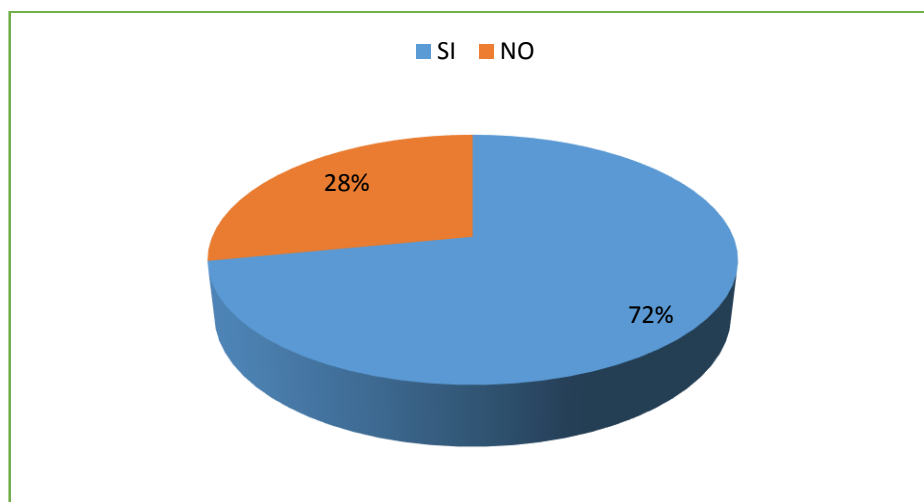


Figura 2 Pregunta N° 2

Elaborado por: Cynthia Cachimuel

Pregunta N° 3: ¿La organización maneja un indicador para identificar la satisfacción al cliente?

Tabla 3 Pregunta N° 3

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	138	61%
NO	90	39%
TOTAL	228	100%

Elaborado por: Cynthia Cachimuel

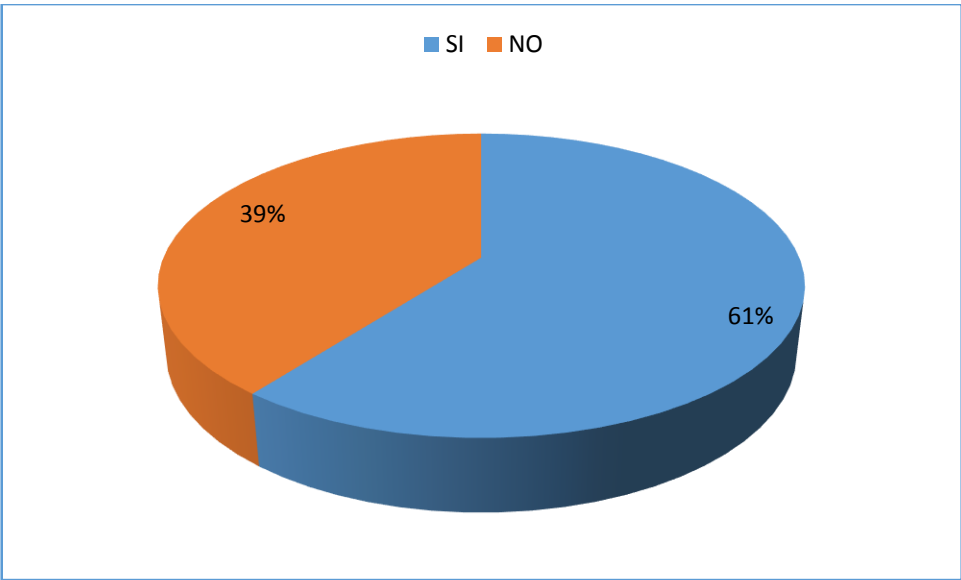


Figura 3 Pregunta N° 3

Elaborado por: Cynthia Cachimuel

Pregunta N° 4: ¿Los trabajadores de la empresa tienen un respaldo del jefe inmediato para solucionar problemas de las labores?

Tabla 4 Pregunta N° 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	228	100%
NO	0	0%
TOTAL	228	100%

Elaborado por: Cynthia Cachimuel

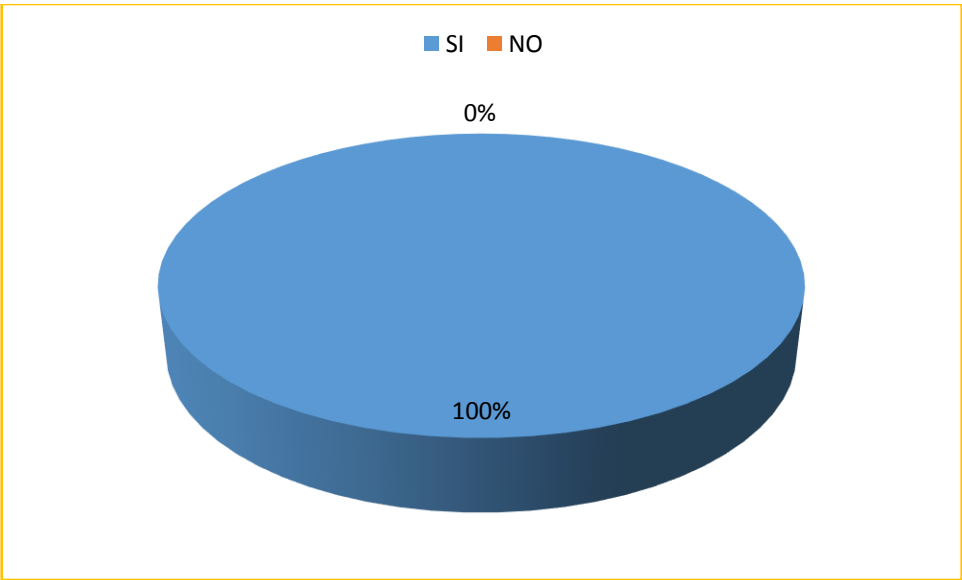


Figura 4 Pregunta N° 4

Elaborado por: Cynthia Cachimuel

Pregunta N° 5: ¿El área de recursos humanos maneja parámetros adecuados para seleccionar el personal correcto?

Tabla 5 Pregunta N° 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	197	86%
NO	31	14%
TOTAL	228	100%

Elaborado por: Cynthia Cachimuel

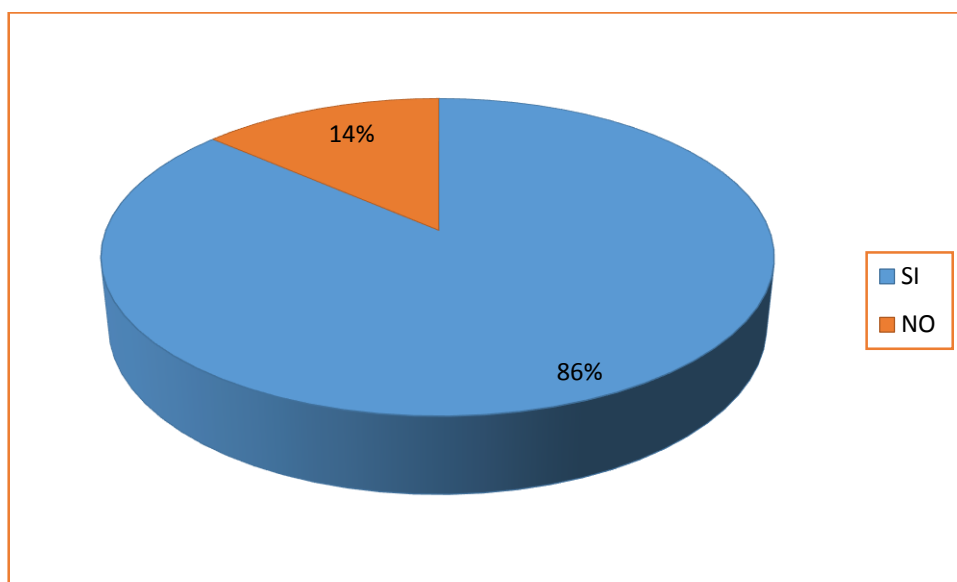


Figura 5 Pregunta N° 5

Elaborado por: Cynthia Cachimuel

Pregunta N° 6: ¿En qué aspecto el departamento de recursos humanos está pendiente de sus colaboradores?

Tabla 6 Pregunta N° 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
En la forma de comunicación con el cliente	140	61%
Cuidado personal (cumplimiento con el uniforme)	30	13%
Cumplimiento de los parámetros de servicio	58	25%
TOTAL	228	100%

Elaborado por: Cynthia Cachimuel

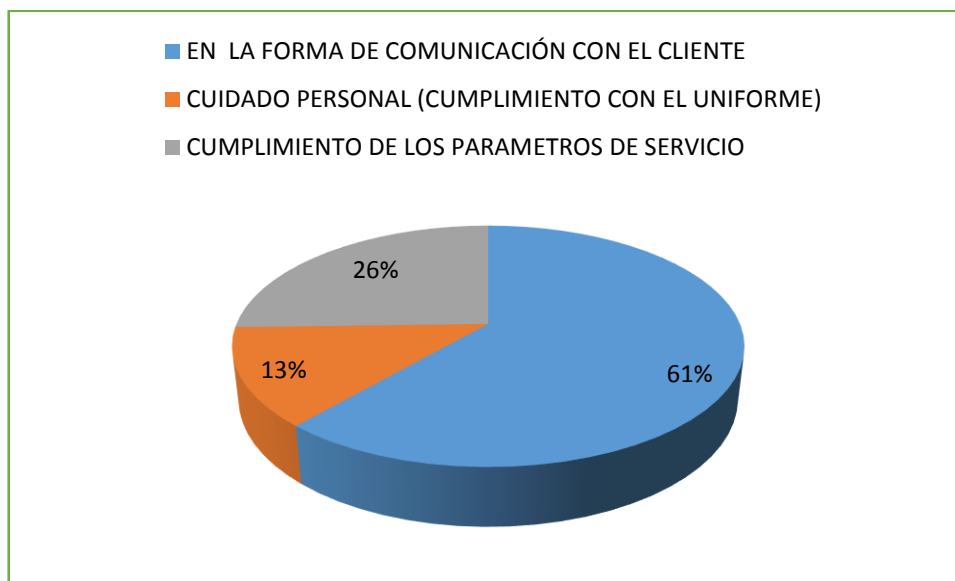


Figura 6 Pregunta N° 6

Elaborado por: Cynthia Cachimuel

Pregunta N° 7: ¿En qué aspecto cree usted que debería mejorar la organización para satisfacer las exigencias de los clientes?

Tabla 7 Pregunta N° 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Brindar una información correcta y de fácil entendimiento.	120	18%
Solventar las quejas que presenta los clientes.	108	34%
TOTAL	228	52%

Elaborado por: Cynthia Cachimuel

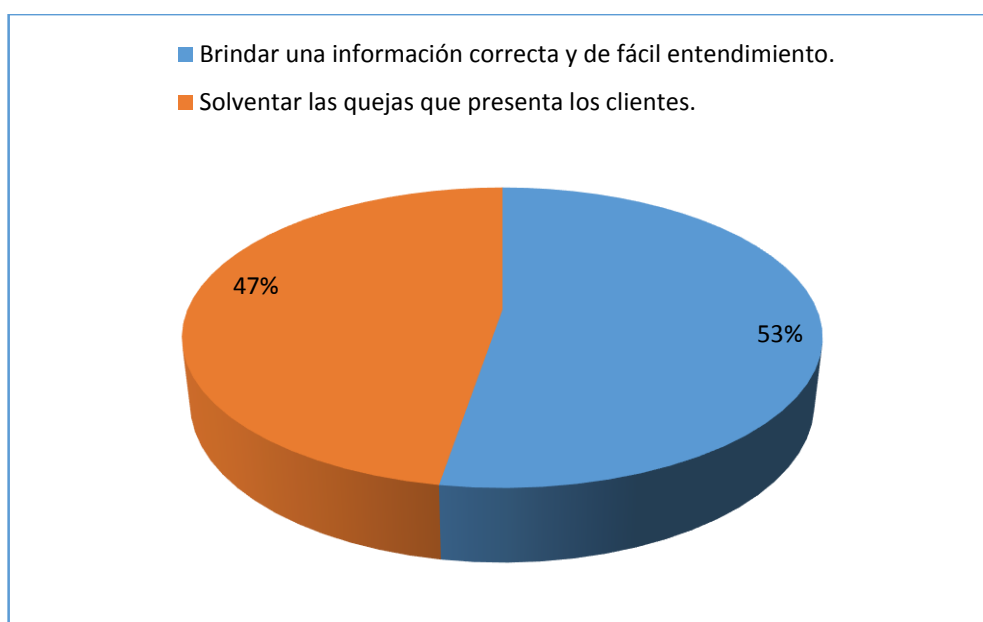


Figura 7 Pregunta N° 7

Elaborado por: Cynthia Cachimuel

Pregunta N° 8: ¿Cree usted que es importante que los empleados sigan perfeccionando las habilidades comunicativas para un desarrollo más efectivo en la empresa?.

Tabla 8 Pregunta N° 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	183	80%
NO	45	20%
TOTAL	228	100%

Elaborado por: Cynthia Cachimuel

Pregunta 8

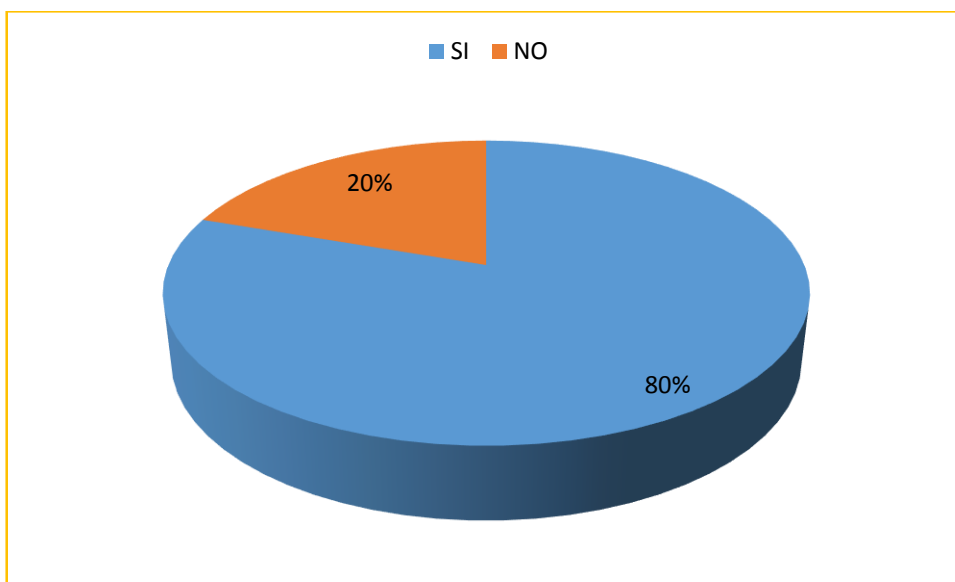


Figura 8 Pregunta N° 8

Elaborado por: Cynthia Cachimuel